

ABSTRAK

Perkembangan bisnis dengan menggunakan media sosial bertumbuh sangat pesat. Hal itu berdampak pada semakin banyaknya kreativitas untuk melakukan promosi produk yang dipasarkan. Salah satu promosi yang marak akhir-akhir ini, promosi menggunakan media sosial instgram. Salah satu yang menggunakan instgram sebagai media promosi adalah Lurik Prasajo. Lurik Prasajo merupakan usaha yang bergerak di bidang *fashion* yang mengangkat kain tradisional lurik sebagai produk andalan mereka. Untuk melakukan promosi, Lurik Prasajo menggunakan teori *New Media*. Teori ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi salah satunya yaitu media sosial yang pada zaman modern ini menjadi salah satu media komunikasi manusia yang populer. Lurik Prasajo menggunakan media instgram untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Promosi *online* yang dilakukan Lurik Prasajo dengan menggunakan instgram dikelola oleh *staff online* yang bertugas untuk memberikan informasi dan merespon konsumen yang tertarik dengan produk yang dipasarkan. Kegiatan promosi untuk menarik minat konsumen diperlukan strategi yang berkonsep seperti mengunggah foto produk yang difoto dengan menggunakan tema dan tujuan tertentu, contohnya produk untuk bepergian ala wanita karir. Hal itu menjadikan produk yang diunggah banyak dilihat oleh pengguna instgram dan akan tertarik membeli produk tersebut. Foto-foto yang diunggah tidak lepas dari fitur-fitur yang terdapat di instgram dengan tujuan membuat produk lebih menarik, fitur-fitur tersebut ialah unggah foto, komentar, *followers*, *insta story*, *direct message*. Melalui instgram pemilik Lurik Prasajo dapat mengobservasi dan mengavaluasi apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari konsumen dan akan menjawabnya dengan menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen tersebut. Dibuktikan dengan meningkatnya penjualan produk Lurik Prasajo di bulan Juli dimana Lurik Prasajo meningkatkan aktivitasnya di insgtaram, maka pada bulan itu terjadi peningkatan penjualan produk dari Lurik Prasajo. Strategi promosi menggunakan media sosial instgram mengalami peningkatan yang signifikan pada bulan Juli 2017 setelah memposting 77 produk dan mengalami peningkatan dari Rp. 320.0000.000 menjadi Rp. 410.000.000.

Kata Kunci : Instagram, Startegi Promosi, Fitur-Fitur Instagram.

ABSTRACT

The development of a business by using social media grow is very fast . It resulted is increasing number of creativity to promote products marketed. One promotion recently, promotion for social media instgram. One who uses instagram as media promotion is Lurik Prasajo. Lurik Prasajo is a business that runs in the fashion sector raised traditional fabric as lurik for their leading products. Lurik Prasajo use “new media” theory to promote their products. This theory closely related with technology development communication one of them is social media which in the days of modern is a media of the most popular communication. Lurik Prasajo uses the media instagram to boost sales of their products . Promotion online Lurik Prasajo that done using instagram managed by online that staff on duty to provide us with information and respond to consumers who are interested in marketed products. An activity to promote strategies are needed to attract consumers who make the concept as upload photos products being photographed in use the theme and a particular purpose , for example a product for traveling in career woman. It made products were uploaded many seen by the user instagram and will it interested in purchasing of these products .Photos were uploaded can not be separated from any feature that is found in instgram with the aim of making a product more interesting , the features is upload photos , comments , followers , insta story , direct message. With instagram the owner Lurik Prasajo can observation and evaluate whatever desire and needs of consumers and will answer by providing products that suit the consumer advocacy. Evidenced by increasing the sales of product Lurik Prasajo in july where Lurik Prasajo improve their activity in insgtaram. A strategy of promotion uses the media social instagram experienced a significant increase in july 2017 after to posting 77 your product or why did has increased in number from rp .320.0000.000 to rp .410.000.000.

Keywords : Instagram, Strategy Promotion, Features Instagram